



THE PROCUREMENT AWARDS 2019 BEYⁱⁿND SAVING



«Il successo non è definitivo e l'insuccesso non è fatale. L'unica cosa che conta davvero è il coraggio di continuare».

-Winston Churchill-



CURIOSITÀ – CORAGGIO – COSTANZA

«Quando qualcuno condivide, tutti vincono».

-Jim Rohn-



Maria Teresa Bongiovanni, CEO e Co-founder The Procurement



“L'esperienza è il solo insegnante in cui possiamo **confidare.**”

-Leonardo da Vinci-

Esperienza e Condivisione sono gli elementi chiave del Procurement Award.

*Per condividere è necessario **Ascolto** e **Curiosità**.*



“Saper ascoltare significa possedere, oltre al proprio, il cervello degli altri.”

-Leonardo da Vinci-

Francesco Calì, Managing Director VALEO-IN, Presidente di Giuria

L'award beyond saving vuole evidenziare il contributo e il valore che la professione degli acquisti porta alle aziende.

Mettere in luce le
professionalità
dei manager del
settore

Illustrare le **best**
practice
aziendali

Evidenziare come
le **performance**
d'acquisto
accrescono il
vantaggio
competitivo
delle aziende

Attivare il
KNOWLEDGE
SHARING di tutti i
partecipanti.

FERRERO

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

Alitalia

ALFA

VALEO **in**
COST PERFORMANCE

mediolanum BANCA

POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

BRACCO

sky

Whirlpool
CORPORATION

DEAGOSTINI

Maire
Tecnimont

Sisal

Presidente della Giuria

Francesco Calì

Managing Director **Valeo-in**

Federico Morra

Chief Purchasing Officer

Lavazza

Paolo Mondo

Vice President Procurement

Maire Tecnimont

Gian Piero Barra

Direttore Acquisti Servizi Generali

Ferrero

Massimo Bergonzi

Procurement Director

Bracco

Valerio Dal Monte

Vice President Procurement

Alitalia

Antonella Moretto

PhD & Direttore Executive MBA

POLITECNICO School of M.

Silvia Riccardi

Direttore Acquisti

De Agostini Editore

Alessandro Lombardi

Vice President Procurement Emea

Whirlpool spa

Fabio Francalancia

Group Procurement Director

SKY

Marco Chantre

Group Procurement Director

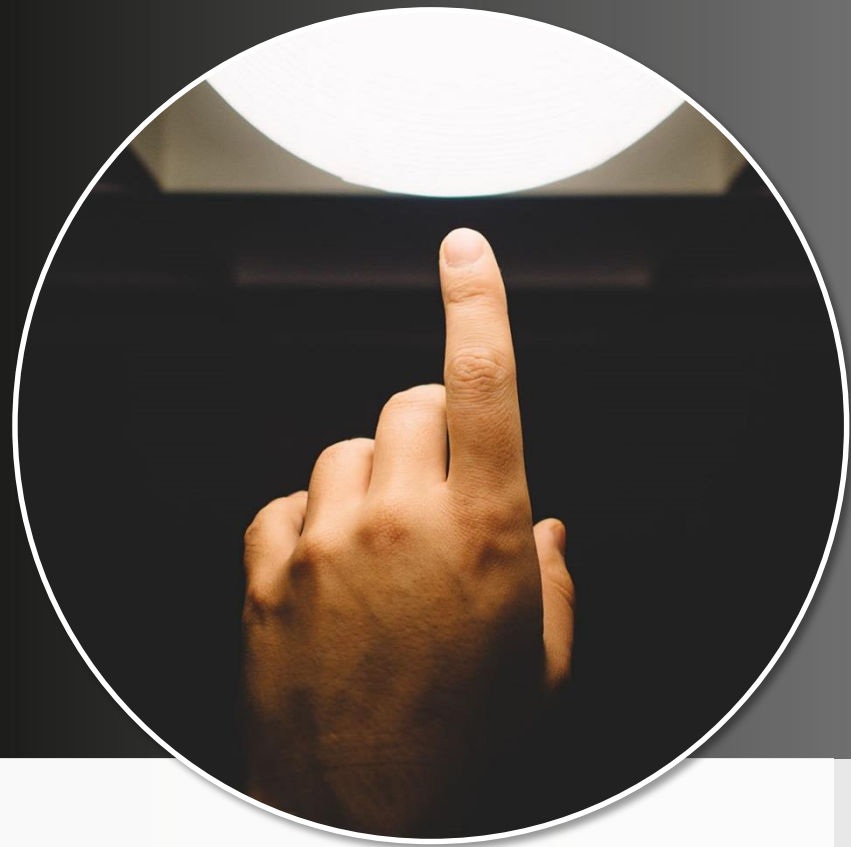
Sisal

Massimo Balestrini

Vice President Operations

Alfa Laval

LE CATEGORIE



Innovazione
negli Acquisti



Best Practice
Negoziali



Acquisti in Team
interfunzionali



Competenze
negli acquisti



Acquisti Etici
e Sostenibili



SPECIAL AWARD



PREMIO FUORI CONCORSO

Premio dedicato ai partecipanti delle aziende presenti in Giuria che si sono Classificate come punteggio tra i primi 3 Classificati nelle singole Categorie.

PREMIO DELLA SERATA

<http://bit.ly/PurchasingPeople19>

PURCHASING PEOPLE AWARD

VOTAZIONI TRAMITE APP
Scegliete il vostro preferito!

I PROGETTI PRESENTATI

Alto contenuto di **qualità, innovazione e concretezza**

+10%: i Progetti presentati rispetto al 2018

80%: i Progetti presentati da Aziende Nuove rispetto al 2018

+ di 115 miliardi il fatturato delle aziende partecipanti
(circa il 7% del PIL ITALIANO circa 1.700 Miliardi)

LA VALUTAZIONE DEI PROGETTI

La nomina dei primi 3 classificati è avvenuta il 16 maggio 2019. Riuniti in sessione plenaria, ogni giurato ha espresso la sua valutazione, definita sulla base di **CRITERI OGGETTIVI**. I parametri di valutazione con il loro peso sono stati:

Contenuti	20%
Risultati e Benefici	25%
Carattere Distintivo	25%
Replicabilità	20%
Chiarezza espositiva	10%

Punteggio di valutazione:

Legenda Valutazione	
Sufficiente	1
Discreto	2
Buono	3
Ottimo	4

Innovazione negli acquisti



Innovazione negli acquisti

DIGITAL INNOVATION IN PROCUREMENT

Mario Mosca

*Head of Adoption, Global Procurement
Digital Hub*

Fabio Di Gennaro

*Head of Data Protection, Cyber Security
and Compliance, Global Procurement
Digital Hub*



Enel Global Procurement Digital Innovation



Enel GP Digital Initiatives Main Drivers

Target users:
2.500

Technological renewal

Improve user experience, process efficiency and data quality

Application map rationalization and consistency with Enel guidelines

Foster data driven decision making



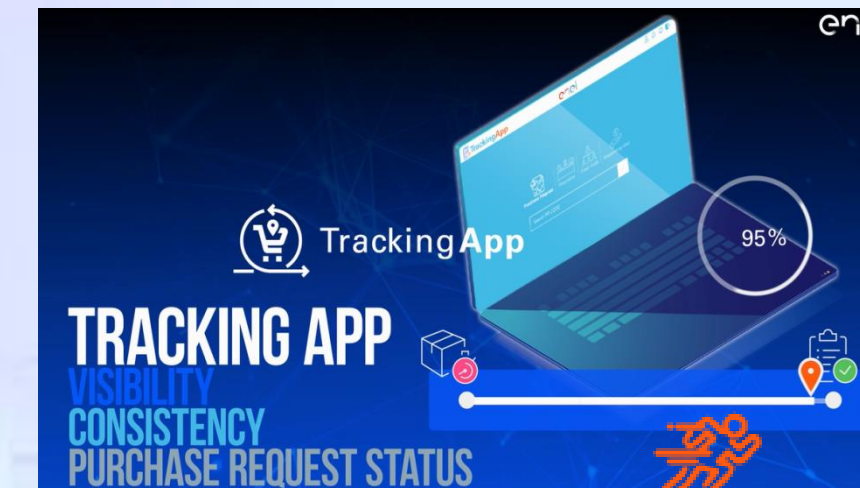
Main Features

Benefits



- Easy need plan creation **with workflow management**
- **Proposal** needs creation for recurrent needs
- Automatic **need dispatching**
- **Procurement plan** creation with process tracking
- Integration with buyers **Workload Management tool**

- Higher **user friendly interface**
- Contract **planned amount** increase up to 70%
- **Proc Lead time** reduction
- **Efficiency / saving** increase
- **Collaboration** with BSL lines and GP units increase



- Allows all Requesting Units to **monitor**, on their laptop or mobile, the **status of their Procurement processes**
- **Visibility** of the details of each requirement
- Possibility to provide a **feedback to procurement**

- **User friendly tool**
- Any user of Enel Group can access the tool from anywhere, **via web or mobile**
- Better Experience for Requesting Units, increasing **transparency and visibility**



- **360° Suppliers overview** of all interactions / relationships with visibility over the following data: Qualification, Tenders, Vendor Rating performance, Health & Safety (suspended list), Sustainability, Industrial Group

- Better Performance and User Experience for:
- internal Stakeholders allowing **faster and fact-based decision making tool**
 - suppliers providing a full view on **Enel relationship with payment details**



Agile initiatives



18 Sprints performed



7 Sprint performed



15 Sprint performed

Innovazione negli acquisti

P4I4P

PROCUREMENT FOR
INNOVATION
INNOVATION FOR
PROCUREMENT

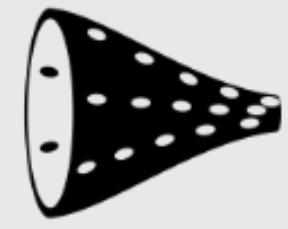
Stefano Fasani

*Strategic Sourcing Digital &
Innovation Manager*

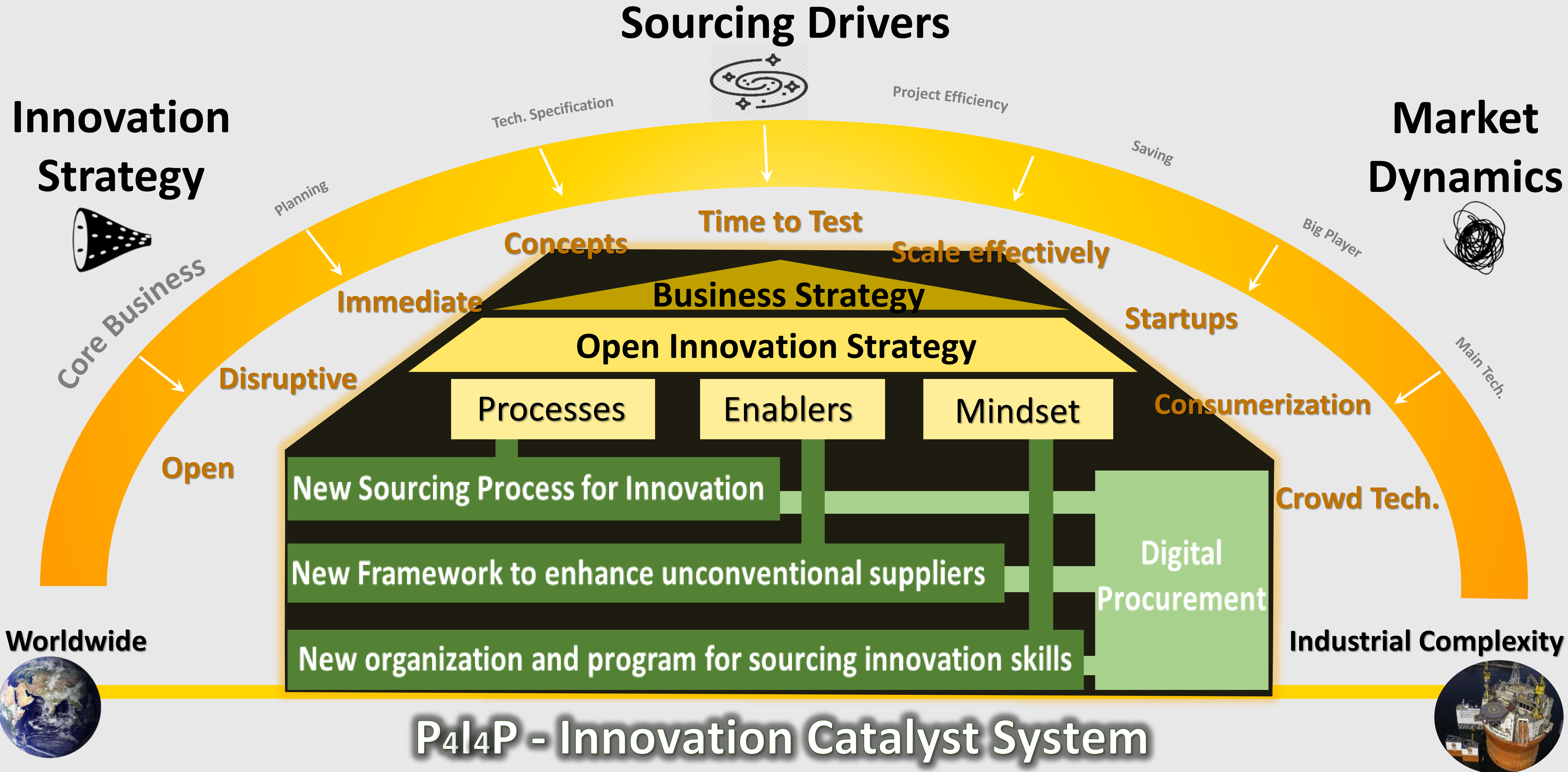


Sourcing Drivers

Innovation Strategy



Market Dynamics



P4I4P - Innovation Catalyst System

A new Sourcing Paradigm to enhance Company Innovation Process,
placing the Procurement at the core of Open Innovation Strategy



Innovazione negli acquisti

INNOVATIONSDAYS

Anna Campi

*Planning, Control & Vendor
Management Category Strategist*



Progetto «Innovation Days ERG»

Il Procurement come collettore di persone e di idee



Primario operatore indipendente nella produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili su scala europea

CONSOLIDAMENTO DEL RUOLO DEL PROCUREMENT

- «strategico» per l'attuazione degli obiettivi del Business Plan
- «trasversale» alla struttura organizzativa per l'interazione con le funzioni aziendali

PROGETTO INNOVATION DAYS

Gli **INNOVATION DAYS** sono incontri ORGANIZZATI DA PROCUREMENT tra **fornitori attuali e potenziali, portatori di soluzioni innovative** applicabili ad ampi ambiti di attività, e le **funzioni aziendali** interessate (linee e staff). Si svolgono in sessioni giornaliere presso la sede ERG.

Obiettivi:

- gestire al meglio le leve di Procurement
- promuovere azioni e progetti concreti in un ambito di collaborazione con le funzioni aziendali coinvolte rendendole **parte attiva** nel processo di acquisto
- individuare soluzioni per dare un **contributo in termini di innovazione al business** e alle strategie aziendali

ALCUNI DATI

... 18 fornitori intervenuti

... oltre 30 partecipanti nelle 9 sessioni organizzate

... circa 20 funzioni aziendali coinvolte

... 20 siti produttivi coinvolti in test / verifiche

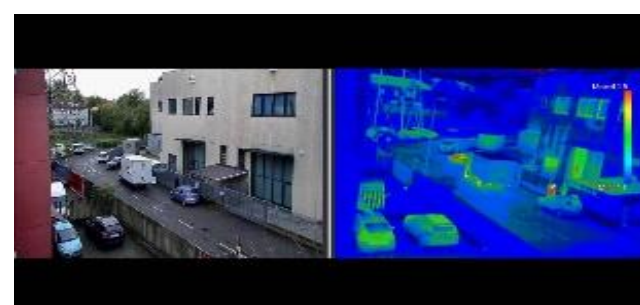
... 2 progetti pilota

... 4 nuovi fornitori introdotti in Vendor List

... 6 visite presso siti fornitori

... rivisitazione merceologie di qualifica

... allargamento dei processi competitivi



Videosorveglianza da remoto



Realtà virtuale e aumentata per formazione e maintenance



Sensibilizzazione alla cultura HSE



Utilizzo droni per l'ispezione impianti



I nostri incontri

«Iniziare un nuovo cammino spaventa, ma dopo ogni passo che percorriamo ci rendiamo conto di come era pericoloso rimanere fermi»
Benigni]

[Roberto



Innovazione negli acquisti



Giuseppe Pacotto
CEO

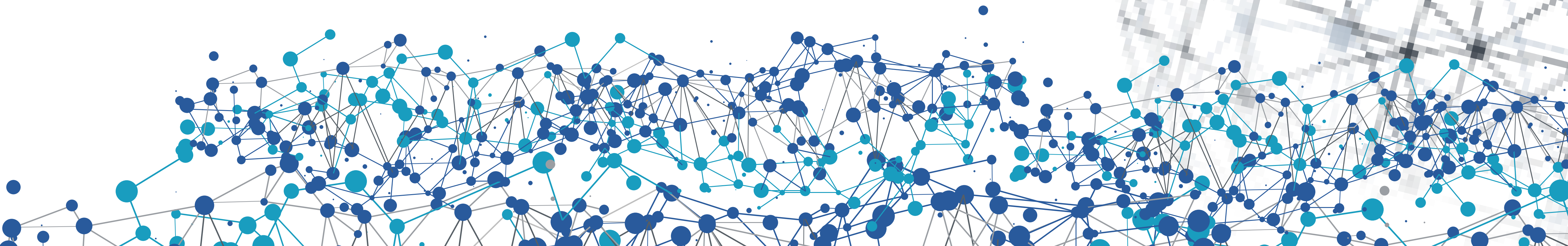




“

L'INNOVAZIONE NEL PROCUREMENT TRAE BENEFICIO
DALL'ADOZIONE DI PIATTAFORME COLLABORATIVE E
SOLUZIONI DI ADVANCED ANALYTICS IN GRADO
DI SUPERARE I TRADIZIONALI APPROCCI A SILOS.

”



3° CLASSIFICATO



MOTIVAZIONE

Per il ruolo strategico degli acquisti nell'essere promotore di Innovazione attraverso l'organizzazione di Innovation Days

Innovazione negli
acquisti

THE WINNER IS...

THE PROCUREMENT AWARDS 2019



MOTIVAZIONE

*Per la definizione di un nuovo
Modello di Sourcing con un
Ruolo centrale del Procurement
nelle iniziative di Open
Innovation e Motore di
evoluzione di player innovativi*

**Innovazione negli
acquisti**

2° CLASSIFICATO



MOTIVAZIONE

Per l'implementazione del Digital HUB a supporto della trasformazione digitale degli Acquisti, che ha permesso di rendere AGILE i principali processi



Innovazione negli acquisti

Best Practice Negoziali



Best Practice Negoziali

GENERATORE MADE IN TURKEY

Gianluca Naddeo,
Direttore procurement





2

Opportunità da sfruttare

Offrire il generatore locale?



1

Evoluzione del Mercato

Posizione di Exergy minacciata



9

Acquisizione nuove commesse

Consolidata posizione di mercato



8

Raggiungimento obiettivo

Vantaggio competitivo

3

Cercare il giusto partner

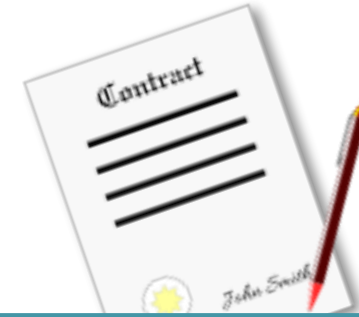
Avviare produzione locale



4

Convincere il cliente

Maggiori guadagni garantiti



5

Accordo Quadro col Fornitore

Mutua esclusività, rischi condivisi

6

Analisi difficoltà operative

Ente ministeriale, mercato locale



7

Supporto su aree critiche

Expediting ‘feroce’



Best Practice Negoziali

RAZIONALIZZAZIONE COSTI
GENERALI
“PULIZIE AEROPORTUALI”

Cristian Solari,
*Direttore acquisti e appalti e Servizi
generali*

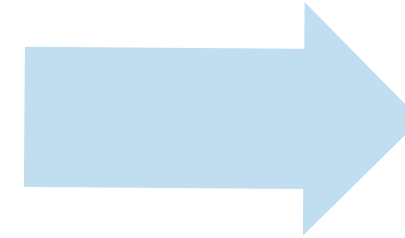
MILAN
BERGAMO
AIRPORT | **BGY**

Progetto Razionalizzazione Costi «Pulizie Aeroportuali»

SACBO è la Società che gestisce l'Aeroporto Internazionale di Bergamo - Orio al Serio, il terzo d'Italia, dopo Fiumicino e Malpensa. 13 milioni di passeggeri (+16% nel biennio)

Dimensioni del Progetto

- 90.000 mq superficie
- 1.600 t/anno rifiuti urbani
- 21 macro Aree
- 48 zone diverse
- 1.135 ambienti censiti



«Design to cost» - Società Consulenza «Success Fee»

- Calcolo superfici nette
- Definizione rese standard
- Contatori ingressi bidirezionali
- Totem «Customer Satisfaction»



AEROPORTO PIU' PULITO



COSTI ANNUI INFERIORI: - 23%



FORTE NEGOZIAZIONE CON COMUNE E IMPRESE



TASSE RIDOTTE: - 42 %

Best Practice Negoziali

SHOULD COST: HOW TO
REDESIGN THE APPROACH TO
NEGOTIATION IN A GLOBAL
UTILITY COMPANY

Rosa Santangelo

*Global Procurement Transformation
Office*

Giacomo Coluccia

*Procurement Intelligence, Global
Thermal Generation Procurement*



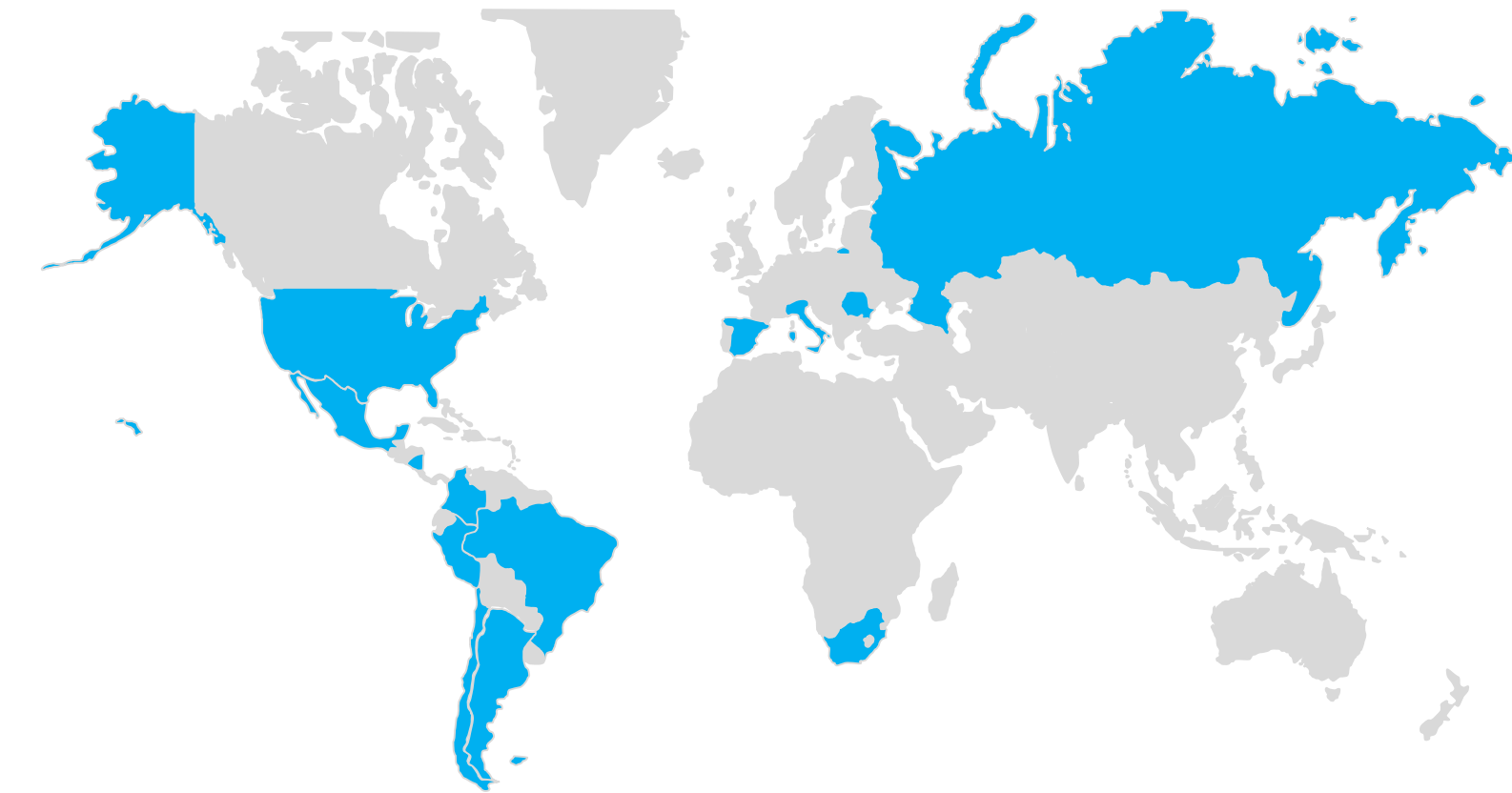
Should Cost: how to redesign the approach to negotiation in a global utility company



Scope

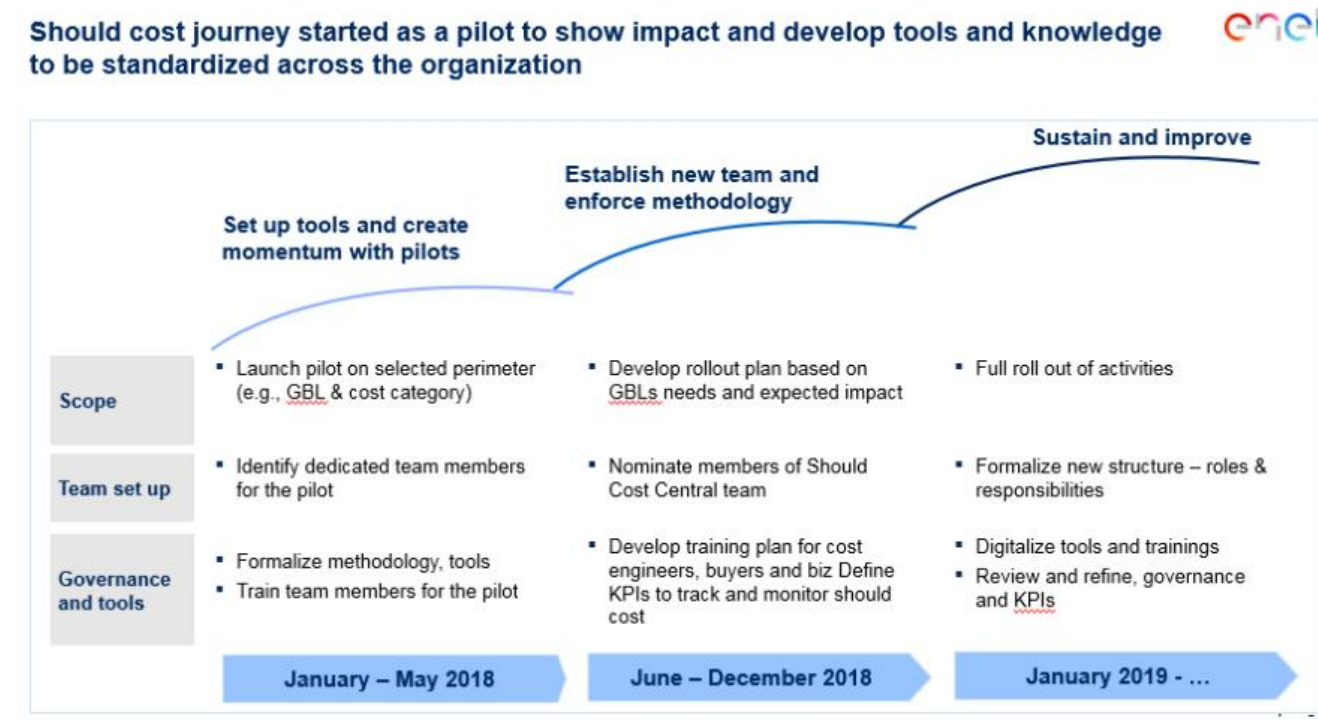
Set up of a proper infrastructure (governance, knowledge, organization and IT tools) to allow most effective application of Should Cost lever¹. Lever aimed at implementing a set of quantitative methodologies, to support negotiation phase and go through the tender process (from tender launch to contract management phase) to maximize cost visibility across the overall organization

A Perimeter of applicability



- 15 countries
- +700 buyers
- + 600 merchandise groups
- Approx. 15 Bn€ spending per year

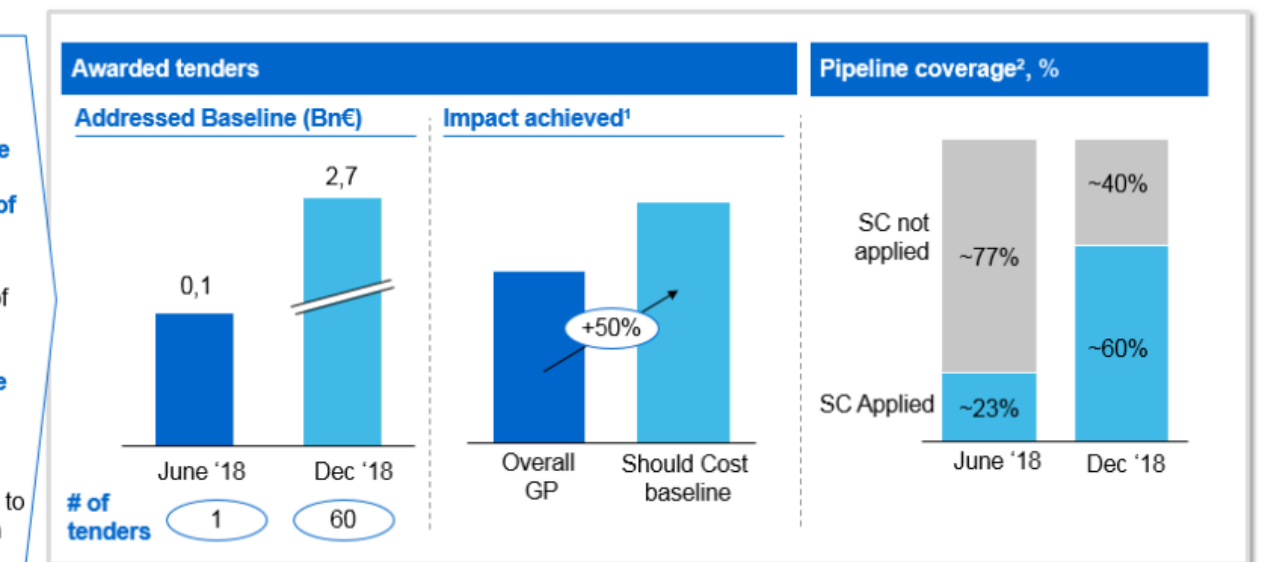
B Project milestones



- Mapping of existing costing practices and spend analysis to define perimeter of application
- Definition of **analytical tools** to be standardized
- **Set up of governance, organization, IT tools**
- Creation of a **tear-down lab**³

C Impacts and examples

- ✓ The impact was monitored comparing results of the tender with application of the lever towards the overall performance of the function
- ✓ During the first six months of the roll out of the project, **approx. 3 Bn€** were addressed **involving +100 people**
- ✓ The application on ongoing tenders was matched with constant feeding of the pipeline, to do not lose momentum



Process roll out (June-Dec '18):

- Baseline: 2,7 Bn€ (~40% of the spending in the same period)
- Impact: +50% saving²

Process up and running (target 2019):

- Baseline to address : minimum 60% of total spent (~10 Bn€ expected)

Dissemination plan and communication campaign launched since the beginning to build knowledge inside and outside the function and improve sustainability

1. Set of analytic methodologies aimed at supporting negotiation, through identification of main cost drivers and objective elements useful to explore supplier's cost structure 2. Compared to Group overall saving in the same period 3. Internal space dedicated to disassembly of physical products, aimed to identify component parts, functionalities and component costing information.

Best Practice Negoziali



Luca De Angelis

Managing Director HRS Italy and Spain





HRS supporta la categoria "**Best practice negoziali**"
coerentemente con la sua missione di offrire un processo **end-to-end**
automatizzato per la gestione dell'**hotel corporate travel** che garantisca
pieno controllo dell'hotel program e **real saving**



3° CLASSIFICATO

 **THE PROCUREMENT AWARDS 2019**



MOTIVAZIONE

Una metodologia oggettiva di ottimizzazione delle spese di Pulizia e miglioramento del livello di servizio in un contesto di complessità



Best Practice
Negoziali

THE WINNER IS...

THE PROCUREMENT AWARDS 2019



MOTIVAZIONE

Una metodologia oggettiva di stima dei costi che permette di definire target d'acquisto rendendo più efficace le performance negoziali

An abstract wireframe sculpture of a person, possibly a runner or a person in motion, composed of numerous yellow dots connected by thin yellow lines. The sculpture is positioned in the background, behind the 'Best Practice Negoziali' text.

**Best Practice
Negoziali**



EXERGY

MOTIVAZIONE

Un caso concreto di contributo degli Acquisti a sostegno dello sviluppo commerciale attraverso lo sviluppo di una partnership con un fornitore strategico

A large, abstract wireframe sphere composed of numerous yellow dots connected by thin lines, creating a mesh-like structure. It is positioned in the background of the right side of the slide.

Best Practice Negoziali

Acquisti in Team interfunzionali



Acquisti in Team interfunzionali

DESIGN TO VALUE

Paola Blasi
Logistic manager



FAMECCANICA - DESIGN TO VALUE



Esigenza

Aumentare la competitività di Fameccanica senza intaccare le performance e la qualità costruttiva delle nostre linee produttive.

Step Change

Nuovo approccio sinergico nel flusso di gestione del progetto: il paradigma di un nuovo ecosistema azienda-fornitori.

***Customer Need
Teamworking
Comakership con i Ns. partner
Knowledge sharing***



Design to value

Risultati

	TARGET	RISULTATO
Riduzione costo materie prime	-12,5%	-17%
Durata fase di procurement	12 settimane	10 settimane



Acquisti in Team interfunzionali

PROCUREMENT PLANNING AND
STRATEGIC SOURCING

Cristiano Cella
Strategic Sourcing Manager



Procurement Planning & Strategic Sourcing | *Purchasing People*



2014 - 2019

3 2012- 2013

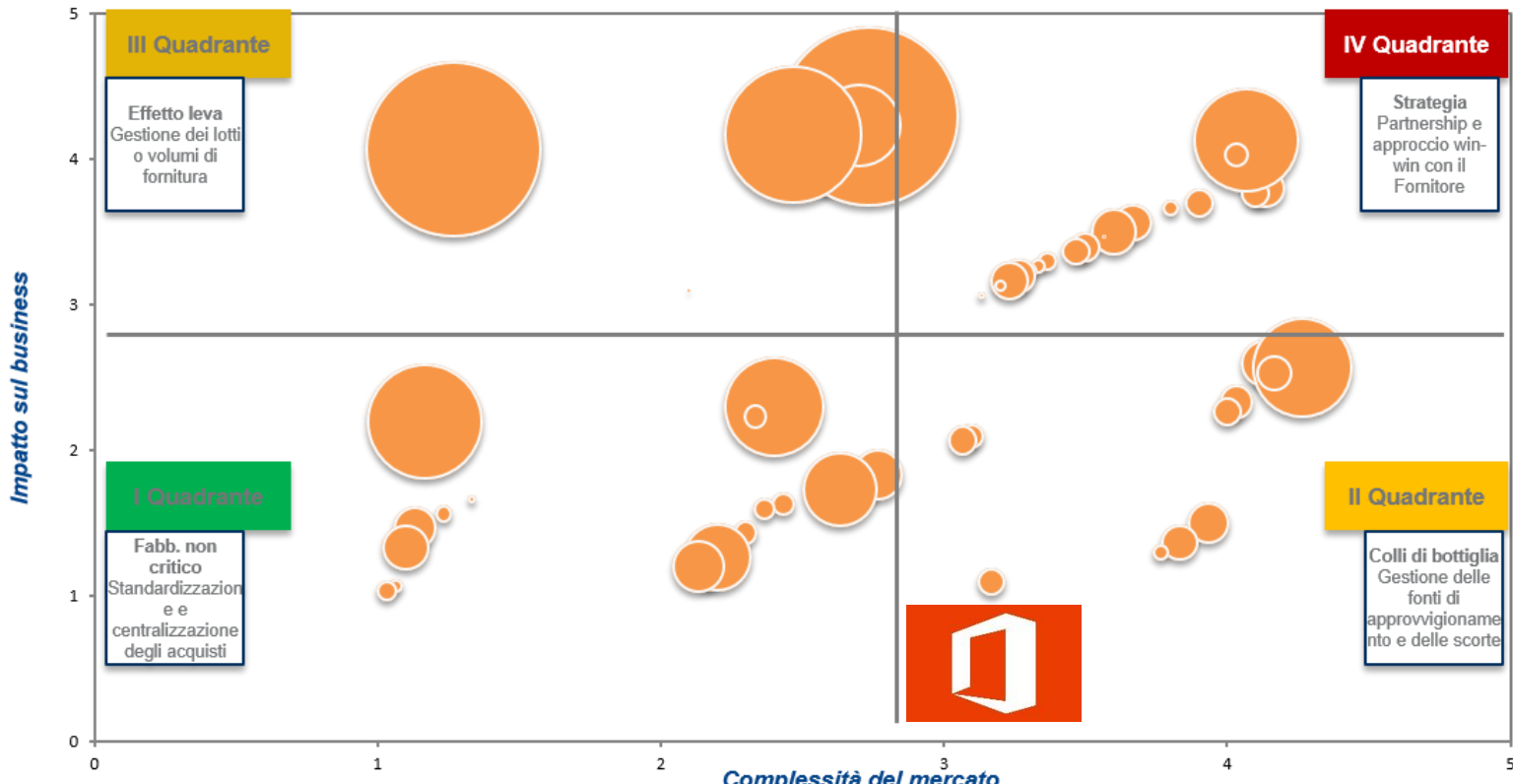
Scoring Gruppi Merce per calcolo Winnability

Riduzione OPEX	Rispetto tempi CAPEX	Sostenibilità	Parco Fornitori	Mercato Fornitura

Linee Guida di Sourcing

2014 - 2019

2014-2018	Progetti finalizzati	42	Team Interfunzionali
	Persone coinvolte nei Progetti	350	
	Fabbisogno gestito M io€	663	
	Saving certificati M io€	203	
2019	Progetti in corso	19	
	Fabbisogno in ambito M io€	305	
	Saving atteso M io€	60	
Persone coinvolte nel Progetto		950	



Acquisti in Team interfunzionali

PROGETTO ULYSSES – LA
NUOVA FARMACIA DEI SERVIZI

Sabrina Mazzolo

*Finance IT & Business Operations
Procurement and Services*





Roche

Progetto Cross-Funzionale

ULYSSES

la nuova soluzione Roche per la
farmacia dei servizi

Acquisti in Team interfunzionali

RIDEFINIZIONE DEL CONTRATTO
DELLO SCARICO DELLA
MATERIA PRIMA, LO ZUCCHERO
GREZZO

Pierpaolo Campo
Responsabile acquisti



Acquisti in team interfunzionale

Ridefinizione del contratto dello scarico della materia prima, lo zucchero grezzo.



scheduling

fase	descrizione	owner	obiettivo	giorni
1	Definizione dei requisiti tecnici	Acquisti / Operations / Consulente	Stesura del capitolato tecnico	15
2	Definizione dei requisiti commerciali e legali	Acquisti / Consulente	Stesura del documento delle condizioni di offerta e template del contratto	15
3	Marketing d'Acquisto	Acquisti	Preparare una short list di tre fornitori con autorizzazioni e background per eseguire l'attività al porto di Brindisi	7
4	Incontri one-to-one con ogni fornitore e selezione fornitore	Acquisti / Operations	Valutazione delle competenze tecniche di ogni fornitore, richiesta di una quotazione budgettaria e selezione del miglior candidato per la negoziazione diretta	15
5	Negoziazione diretta	Acquisti / Operations	Definizione delle condizioni economiche, definizione della compliance alle condizioni tecnico/legali con rilascio di una versione aggiornata del capitolato e del contratto	10
6	Conclusione del contratto	Acquisti	Formalizzazione dell'accordo	3

Risultati

Passaggio da fornitura a partnership

L'obiettivo è stato raggiunto riuscendo a trovare un unico partner autorizzato ad operare nell'area portuale con competenze su entrambe le macro attività.

Miglioramento della qualità del servizio

L'obiettivo è stato raggiunto con il capitolato composto da una lista di requisiti numerati che individuano e descrivono in modo dettagliato e oggettivo il fabbisogno di SRB. Il documento redatto diventa contrattuale (compliance matrix) e operativo oltre che utile a misurare la performance del fornitore (SLA, deliverables, progress meeting).

Riduzione del TCO

L'obiettivo è stato raggiunto eliminando un fornitore dal processo (0,5% su costo totale di gestione fornitori), ottenendo un saving del 7% sul contratto rispetto agli anni precedenti, eliminando gli indennizzi a favore dell'armatore per le controstellie grazie al SLA agganciato a delle penali contrattuali (15-20% del valore contrattuale gli scorsi anni), riduzione delle non conformità (5-10% del valore del contratto) grazie alle competenze del fornitore selezionato.

SLA

D_{max} = Durata Massima di Scarico in ore
 Z = zucchero totale da scaricare in ton come da Piano di Scarico
 R_mG = Rata Minima di Scarico in ton per ora, inteso come 60 minuti continuativi senza sospensioni
 C = ritardo accumulato in ore, arrotondato per eccesso all'unità, per interruzioni imposte dal comandante della nave
 R = ritardo accumulato in ore, arrotondato per eccesso all'unità, dovuto a sospensioni attività autorizzate da SRB, e/o a causa di forza maggiore
 V = ritardo accumulato in ore, arrotondato per eccesso all'unità, per interruzioni dovute alla forza del vento superiore a 20 kn (riferimento avvisatore marittimo porto di Brindisi)
 N = 8 qualora SRB vieti l'utilizzo dei nastri da trasporto ad esclusione dei casi di forza maggiore. Altrimenti $N = 0$.
 F = numero di ore del Sabato, Domenica e Festivi che cadono all'interno della finestra dello scarico nave

$$D_{max} \leq (Z / R_mG) + C + V + X$$

con

$$X = F \text{ se } F \geq (R + N)$$
$$X = R + N - F \text{ se } F < (R + N)$$

Acquisti in Team interfunzionali

*«Partecipare al The Procurement Awards
per condividere obiettivi e creare
partnership tra Clienti e Fornitori».*

Angelo Brienza

– Head of Business Development –



3° CLASSIFICATO

 **THE PROCUREMENT AWARDS 2019**



MOTIVAZIONE

Per il lavoro del Team nel considerare fattivamente i fornitori come risorse chiave per il business dell'azienda

An abstract background featuring a complex network of yellow lines and dots forming a wireframe structure that resembles a globe or a large, interconnected network. The structure is composed of many small triangles and polygons, creating a mesh-like appearance. The lines are thin and yellow, while the dots are small and yellow. The overall shape is roughly spherical but with many protrusions and indentations, giving it a dynamic, organic feel.

**Acquisti in Team
interfunzionali**



MOTIVAZIONE

Per la definizione di un modello di acquisti interfunzionale in funzione della rilevanza strategica dei progetti e di impatto sull'EBIT dell'azienda

An abstract graphic in the background of the right side of the slide. It features a complex network of yellow lines connecting numerous small dots, forming a wireframe structure that resembles a globe or a large-scale organizational chart. The lines are thin and the dots are small, creating a sense of a vast, interconnected system.

Acquisti in Team interfunzionali

THE WINNER IS...

THE PROCUREMENT AWARDS 2019

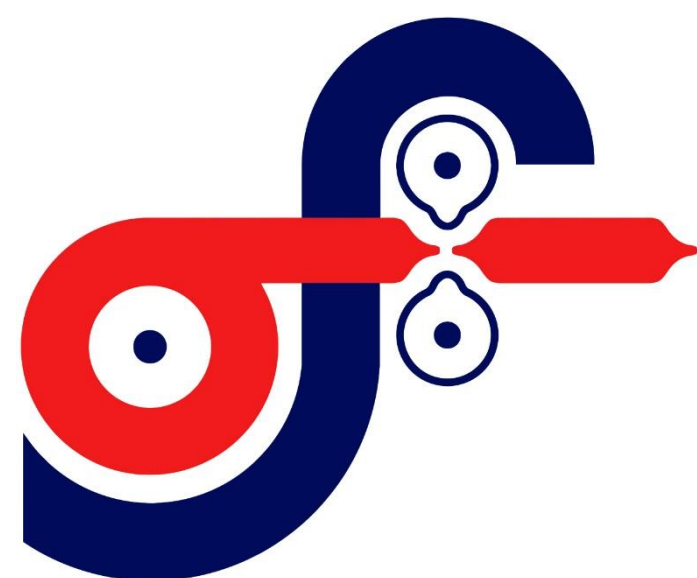


MOTIVAZIONE

Un ottimo contributo degli
Acquisti nel supportare lo
sviluppo di un nuovo business

**Acquisti in Team
interfunzionali**





FAMECCANICA
Non stop innovation

MOTIVAZIONE

Per lo sviluppo di un processo di coinvolgimento degli Acquisti e dei fornitori nel Team di Sviluppo Prodotto



**Acquisti in Team
interfunzionali**

Competenze negli acquisti



Competenze negli acquisti

PROCUREMENT SCHOOL

Desislava Delistoyanova

*People & Organization, Global
Procurement*

Silvia Altobelli

*People & Organization, Global
Procurement*



Procurement School

Global Procurement / Development P&O



100% procurement team to be involved:

2018 – **327** employees

2019 – **518** employees

Over **11 countries**

675 Participations in Workshops

4,0 ★★★★★
satisfaction evaluation

What

- Procurement School is **blended training initiative**

Why

- Improve the **capabilities** and **know-how** in the worldwide Procurement Team.
- Contribute to sustainability and to the **competitiveness** of Enel Group.

How

- Identify the procurement **capabilities gaps**
- Design and implement a **training roadmap** including E-learning, Face-to-face training, project works, webinars and workshops organized together with other functions



E-learning

Face-to-face sessions

Webinars

Workshops

Voluntary Skills
Assessment
2017

Gap
Evaluation
2017-18

Training
Design
2018

Training
2018-

Project
Work
2018-

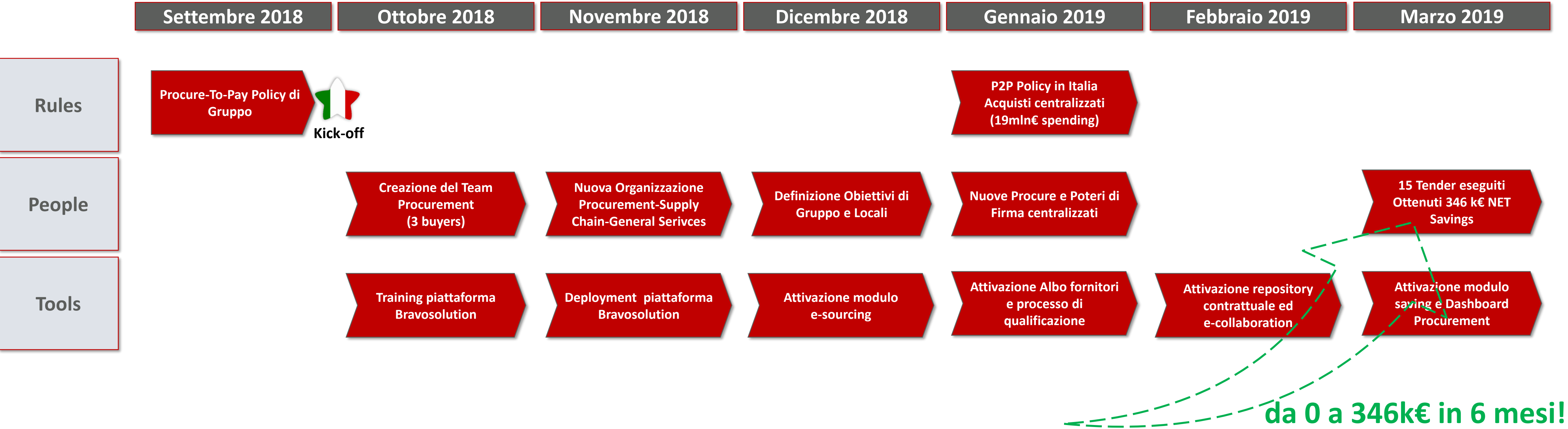
Project
Work
Dissemination
2019-

Competenze negli acquisti

PROCUREMENT START-UP

Errico Giallonardo,
*Procurement &
Supply Chain Manager*





CAMBIAMENTO CULTURALE



- Maggiore **capacità predittiva** ed aggregazione dei volumi;
- Sviluppo di una **dinamica sinergica** per benefici comuni.

INCREMENTO DEGLI SKILL



- Nuovi **centri di expertise** sulle categorie di spesa;
- Sviluppo di **competenze sui mercati gestiti**.

METODOLOGIE E SISTEMI

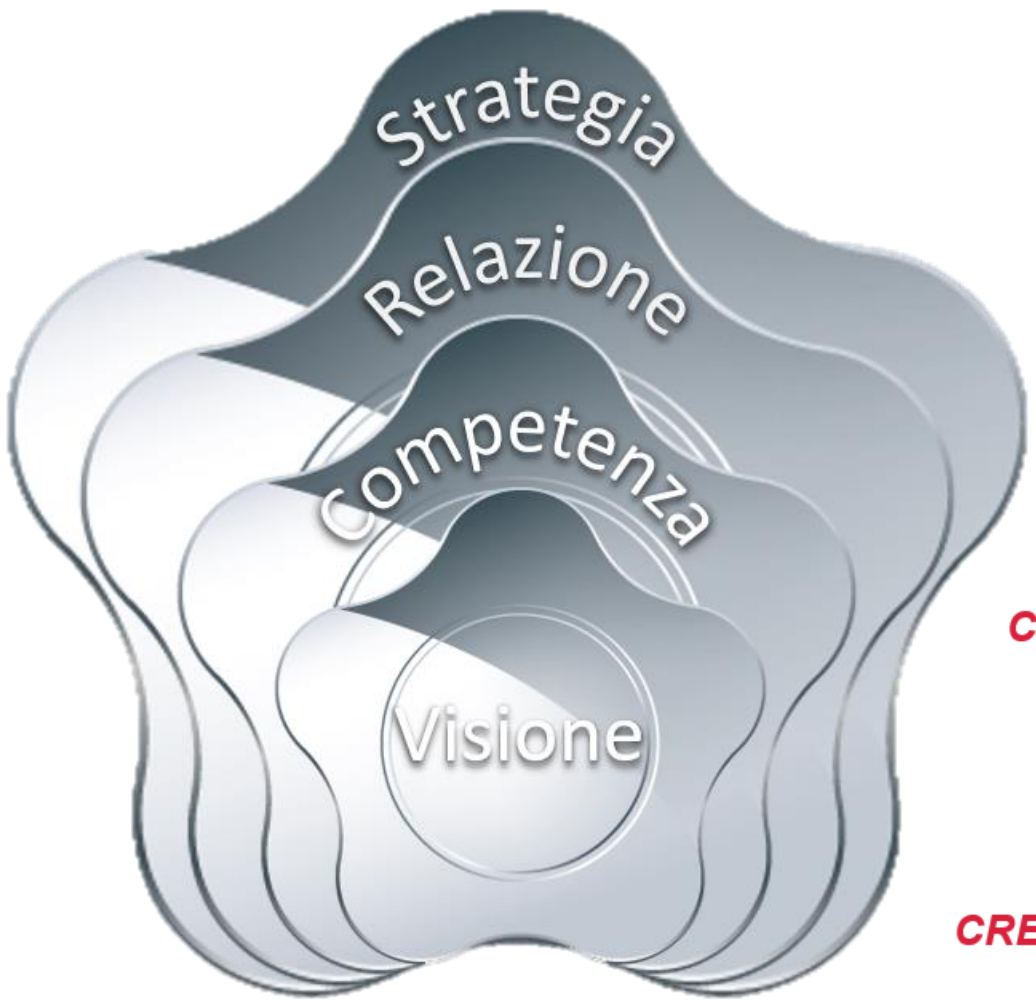


- Attivazione di **strategie d'acquisto** locali e di Gruppo;
- Utilizzo di un **piattaforma** polifunzionale ed integrata.

PERFORMANCE MGMT



- **Pochi mesi** dalla creazione del Team Procurement ai **risultati di Saving/Processo**;
- NO consulenza!!!



PROCUREMENT

ELEMENTO ABILITANTE

PER IL

CONSOLIDAMENTO DEI PROCESSI

E LA

CRESCITA SOSTENIBILE DELL'AZIENDA

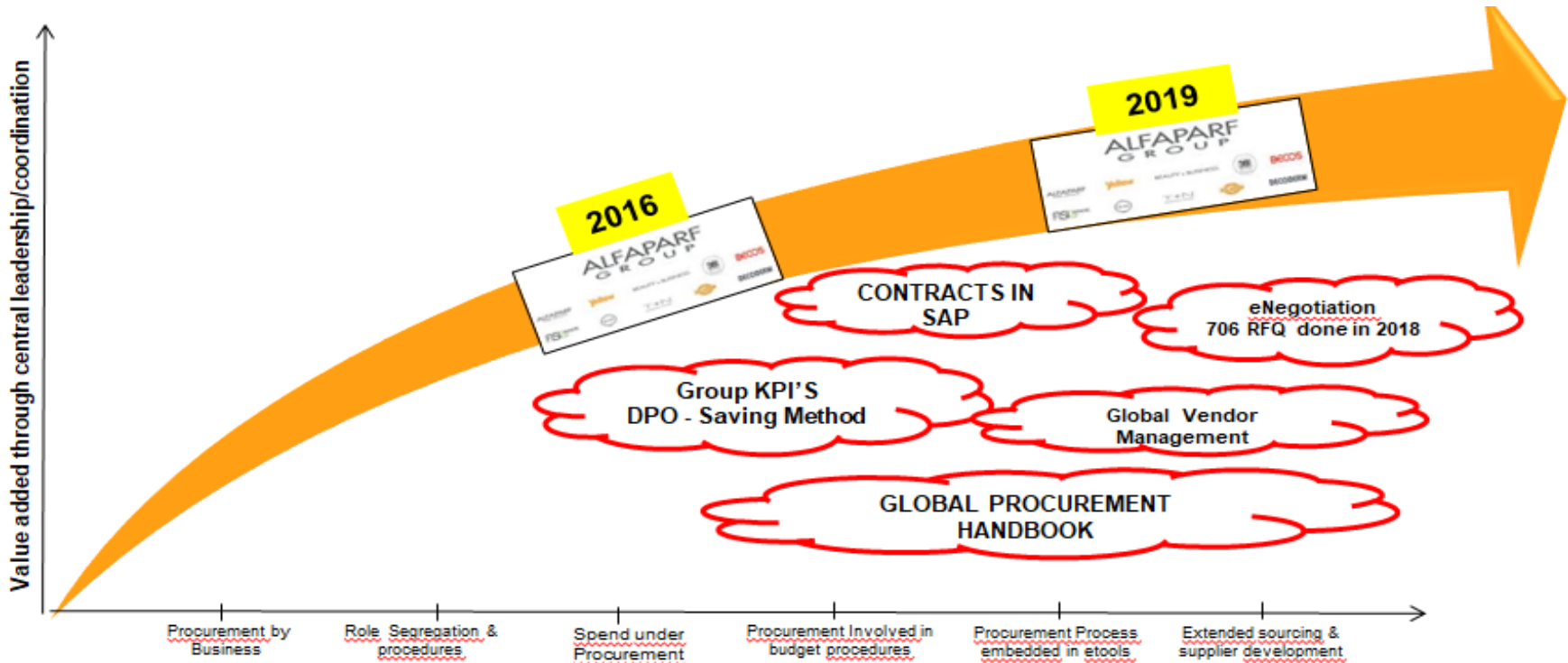
Competenze negli acquisti

PROGETTO KISS

Guillermo Sarria
Global Category Manager

ALFAPARF
GROUP

KISS
Keep it Simple. Stupid!



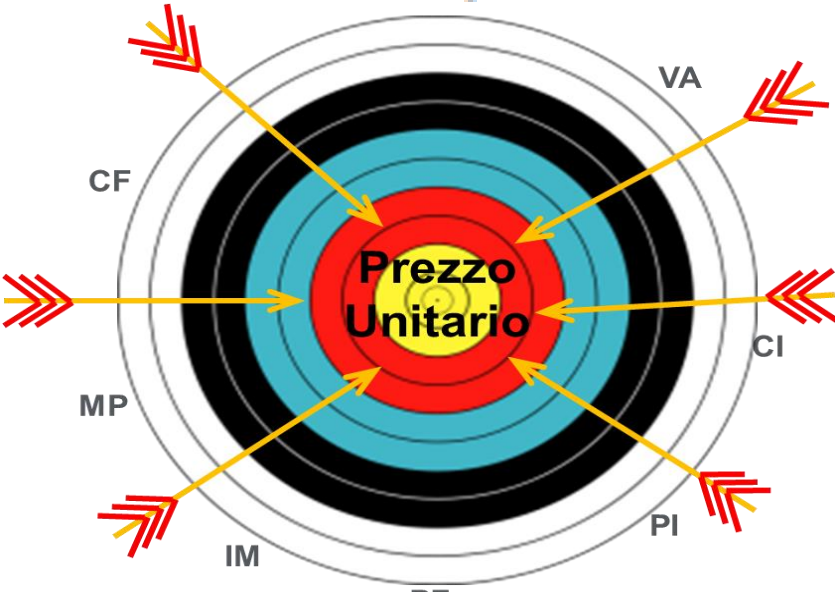
Right people in right position - Pochi ma Bravi
Pocos compradores pero buenos!!

- “Buy right”
- “Buy cheaper”
- “Buy less”
- “Pay Longer”



The Team

Loser-loser
è meglio



Entropy: it’s the company trend to waste money
(as Procurement principle and also from our humble point of view)

Competenze negli acquisti



Raul Messinese
Senior Partner





SVILUPPO COMPETENZE

IL MONDO CAMBIA MOLTO VELOCEMENTE

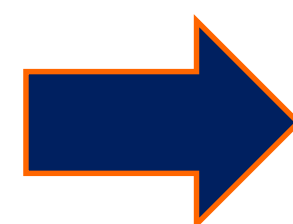
DIFFICILE MIGLIORARE LE PERFORMANCE

«*SUCCESS FEE*»



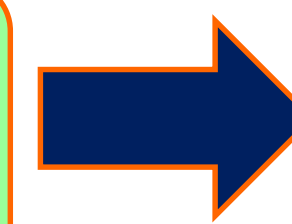
UNA «*SFIDA VINCENTE*»

SUCCESSI



94%

RISPARMI MEDI



19%

3° CLASSIFICATO



ALFAPARF
GROUP

MOTIVAZIONE

*Per lo sviluppo ed
implementazione di un
progetto di creazione delle
competenze d'acquisto*

**Competenze negli
acquisti**



THE WINNER IS...

 **THE PROCUREMENT AWARDS 2019**



MOTIVAZIONE

*Un percorso formativo completo e
strutturato per migliorare le skills
degli Acquisti*

**Competenze negli
acquisti**



2° CLASSIFICATO



MOTIVAZIONE

Per l'implementazione di veri e propri centri di expertise sulle singole categorie di spesa attraverso la creazione di FOCAL POINT.

Competenze negli acquisti



Acquisti Etici e Sostenibili



Acquisti Etici e Sostenibili

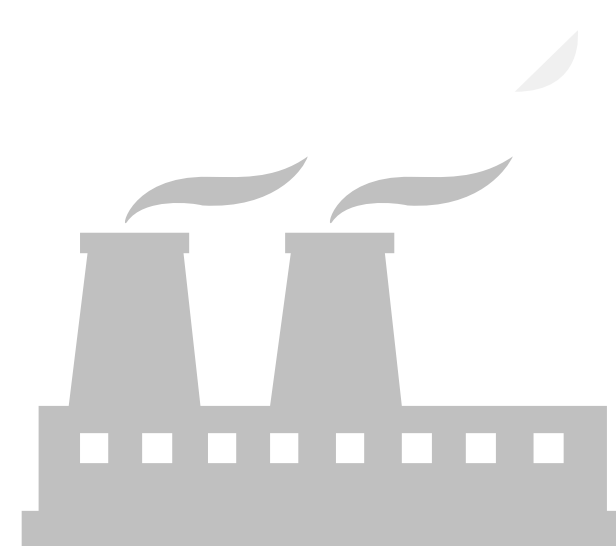
GENDER PROCUREMENT

Laura Carpineti,
*Responsabile Settore Legale
Appalti e Contratti*





GENDER PROCUREMENT - GRUPPO CAP



GRUPPO CAP, gestore del servizio idrico della Città Metropolitana di Milano, tra gli obiettivi di sostenibilità del 2018 si è posta come goal la promozione della *Diversity & Inclusion*



In questo contesto, i principi di sostenibilità e di parità di genere del Gruppo sono stati recepiti anche dal Settore Appalti e Contratti (Ufficio Acquisti) con il

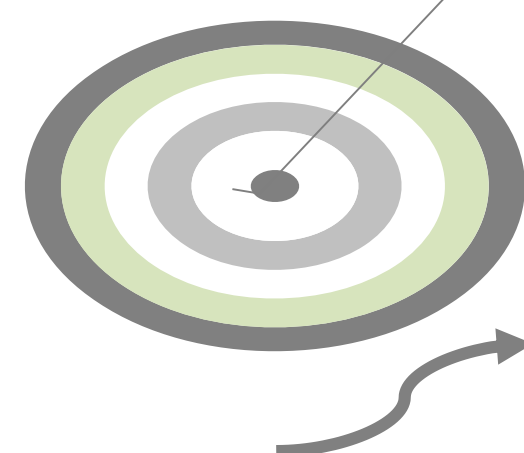
Progetto Gender Procurement

Nel 2018, l'Ufficio Acquisti ha esportato e promosso anche verso l'esterno le politiche a sostegno delle pari opportunità nell'ambiente di lavoro. **Gender Procurement Come Uno Degli Elementi Premianti Nelle Gare D'appalto.**

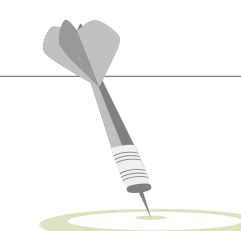
Primo in assoluto nel panorama italiano, l'Ufficio ha applicato nelle gare un sistema di voto premiante, tramite l'assegnazione di punti tecnici discrezionali, gli operatori economici in grado di presentare una **quota maggiore di figure femminili nel gruppo di lavoro soprattutto in ruoli manageriali.**



GOALS

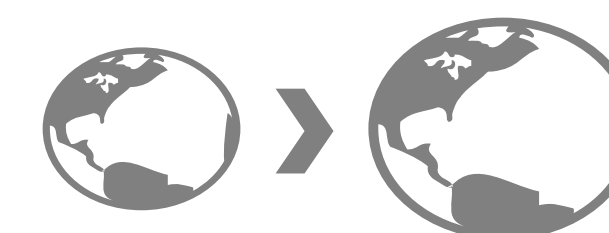


- ✓ **13** Procedure di Acquisto
- ✓ Impatto su tutto il **portfolio acquisti**
- ✓ **80** Fornitori coinvolti
- ✓ **50% di PMI** protagoniste
- ✓ **25 Milioni** di commesse
- ✓ Punteggio sul Gender per una media del **3%** sulla votazione totale



Beneficial Effect

- ✓ **Values**
- ✓ **Reputation**
- ✓ **Visibility**



Acquisti Etici e Sostenibili

RIDURRE IL CONSUMO DI
RISORSE, RIUTILIZZANDO I
PRODOTTI E RICICLANDO PER
GENERARE IMPATTO
AMBIENTALE E SOCIALE
POSITIVO

Patrizia Consolo
Procurement Program Manager



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

Ridurre il consumo di risorse, riutilizzando i prodotti riciclando per generare impatto ambientale e sociale positivo

Il Gruppo BNP Paribas ha riorganizzato i propri uffici concentrando molte attività delle società del Gruppo in due palazzi a Milano (Diamante) e Roma (Tiburtina).

Solo a Roma quasi **100.000 mq** di spazi lavorativi sono stati liberati e 75.000 mq di nuova concezione sono stati progettati e attivati.



E stata attivata una nuova partnership con Legambiente per realizzare un progetto concreto di economia circolare

RISULTATI OTTENUTI

300 realtà contattate e **100 le realtà beneficiarie**

L'iniziativa ha evitato lo smaltimento in discarica di una superficie di spazi arredati equivalente a 4 campi di calcio e si è evoluta ed estesa a tutti i materiali informatici

Tutti i **15 .000 dipendenti** del Gruppo in Italia sono stati invitati tramite la intranet aziendale a segnalare un ente non profit potenzialmente interessato a ricevere per finalità istituzionali il mobilio in dono

IL PROGETTO PROGRESSIVAMENTE E' ENTRATO NEI PROCESSI D'ACQUISTO



Acquisti Etici e Sostenibili

CIRCULAR ECONOMY + K
SOSTENIBILITÀ

Vincenzo Ferretti

*Procurement Intelligence,
Global Infrastructure and Network
Procurement*

Andrea Laterza

*Global Procurement Governance and
Suppliers management*



Sostenibilità dal punto di vista di Procurement



Fattori K di Sostenibilità

In Enel si utilizzano dei Fattori K di rivalutazione delle offerte economiche per premiare gli aspetti legati alla Sostenibilità (sociali, ambientali, di salute e sicurezza).

Libreria di K di sostenibilità → Creata insieme all'unità di Sostenibilità, declinata su più Livelli «Ambientale, H&S, Sociale e Circular Economy»

RISULTATI

- 14 Fattori K individuati con la possibilità di esser utilizzati dai Buyers a livello Globale, nei 34 paesi in cui è presente Enel;
- K attivato su ~300 contratti;

Circular Economy con i fornitori Enel

Enel ha lanciato il progetto **CIRCULAR ECONOMY INITIATIVE FOR SUPPLIERS ENGAGEMENT**, con l'obiettivo di quantificare, interpretare e validare KPIs Ambientali derivanti dal ciclo manifatturiero di un Prodotto.

BENEFICI PER ENEL

- ✓ Certificare le misurazioni attraverso protocolli e ente di certificazione esterno
- ✓ Definire un fattore di economia circolare da introdurre in gare future
- ✓ Migliorare gli indicatori di sostenibilità di gruppo attraverso una supply chain sostenibile

BENEFICI PER FORNITORI

- ✓ Sistema virtuoso per i fornitori per comunicare le loro prestazioni ambientali
- ✓ Definire un benchmark per fissare obiettivi di miglioramento
- ✓ Ridurre l'esposizione al rischio di aumento prezzi delle materie prime (es. cause geopolitiche) e conseguente riduzione dei costi

RISULTATI

- ✓ 5 protocolli di valutazione ambientale disponibili (*Turbine eoliche, Isolatori, Contatori, Interruttori, Pannelli fotovoltaici*)
- ✓ Circular Supplier Tool disponibile
- ✓ Copertura 17% della spesa totale a livello Globale
- ✓ Copertura 50% della spesa delle Forniture a livello Global

Acquisti Etici e Sostenibili

SVILUPPO SOSTENIBILE
OBIETTIVO #8



Gianluca Viotti
Senior Manager Appliances Purchasing

Sviluppo Sostenibile Obiettivo # 8

- ✓ Le attività Lavazza in ambito Corporate Social Responsibility, le hanno portato tra gli altri il riconoscimento come la **prima azienda in Italia** nel ranking della **Global Corporate Responsibility Reputation Track**.
- ✓ Acquisti con il supporto dell'ente CSR ha coinvolto uno dei principali fornitori di Macchine da Caffè localizzato in Cina su uno specifico obiettivo legato allo Sviluppo Sostenibile per il 2030: il progetto ha come ambito la **situazione dei lavoratori** al fine di migliorare le **condizioni di vita e ridurre il turnover** dei dipendenti dell'azienda.
Tali situazioni influiscono oltre che sulle **pratiche CSR** anche sulla **capacità e qualità produttiva**, soprattutto in occasione di eventi specifici (come il Capodanno Cinese) durante i quali si generano **maggiori efforts** per l'azienda (ad esempio non qualità, minore produttività e tempo e costi legati alla formazione).
- ✓ Il coinvolgimento del fornitore, rispetto al piano operativo, ha riguardato un **assessment on site** con i lavoratori della durata di 2 mesi guidato da **CCR CSR (Center for Child Rights and Corporate Social Responsibility)**.
Le tipologie di lavoratori su cui l'assessment si è maggiormente concentrata sono i **giovani (under 25)** e i **genitori migranti** legati alle tematiche dei **Diritti dell'infanzia**.
 - La metà della forza lavoro è costituita da **genitori, di cui il 66% è separato dai figli**.
 - I **giovani lavoratori** sotto i 25 anni costituiscono **più di un quarto della forza lavoro**, ma hanno un tasso di **turnover molto alto**. (Il 51% dei giovani lavoratori intende rimanere per sei mesi massimo).
- ✓ I **fattori chiave del progetto** si possono riassumere in
 - Decisione di **approcciare il progetto in modo innovativo** con il supporto di un partner CSR dal fornitore
 - **Coinvolgimento attraverso KPI di business**, con peso maggiore in termini di impegno dell'organizzazione
 - **Risultati attesi legati sia ai lavoratori** per le condizioni di vita che **al Board** relativamente a temi di **qualità, efficienza e stabilità produttiva, minori perdite** e conseguenti prestazioni costanti del prodotto lato cliente
- ✓ Le **attività in corso** sono indirizzate per tutto il 2019 nel
 - supportare i **genitori lavoratori** migliorando le **case-famiglia** e maggiori risposte nella **cura dei bambini**
 - supportare i **giovani lavoratori** aumentando fidelizzazione attraverso di **percorsi di sviluppo di carriera**

Acquisti Etici e Sostenibili



Giorgio Carcea
Chief Commercial Operating Officer





*Sosteniamo la categoria **Acquisti Etici e Sostenibili**,
In linea con la nostra veste di Green Travel Management
Company.*

*Il nostro obiettivo: fornire ai nostri Clienti soluzioni e strumenti
concreti per rendere i loro viaggi d'affari sostenibili.*

3° CLASSIFICATO



MOTIVAZIONE

*Un criterio di qualificazione dei
fornitori a sostegno delle pari
opportunità*



**Acquisti Etici e
Sostenibili**

THE WINNER IS...



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

MOTIVAZIONE

*Un progetto che contribuisce
ad avere un impatto sociale ed
ambientale positivo*

**Acquisti Etici e
Sostenibili**

2° CLASSIFICATO

 **THE PROCUREMENT AWARDS 2019**



MOTIVAZIONE

Un efficace modello di Circular Economy con i fornitori con l'obiettivo di validare KPIs Ambientali derivanti dal ciclo manifatturiero di un Prodotto

The background of the slide features a large, abstract geometric structure composed of numerous interconnected yellow lines and dots, forming a complex, wireframe-like shape that resembles a stylized human figure or a network. This structure is set against a light grey background.

Acquisti Etici e Sostenibili

Premio fuori concorso

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

MOTIVAZIONE

Un ottimo progetto di tutela e miglioramento delle condizioni lavorative e sociali del personale di fornitori cinesi.

Gianluca Viotti

Senior Manager Appliances Purchasing



PURCHASING PEOPLE AWARD





DIGITAL INNOVATION IN PROCUREMENT

Mario Mosca

*Head of Adoption,
Global Procurement Digital Hub*

Fabio Di Gennaro

*Head of Data Protection, Cyber
Security and Compliance, Global
Procurement Digital Hub*

An abstract wireframe graphic of a person's head and shoulders, composed of a dense network of yellow lines and dots, set against a light gray background.

Purchasing People

**GRAZIE DELLA
PARTECIPAZIONE
VI ASPETTIAMO IL
PROSSIMO ANNO CON
NUOVE BEST PRACTICE!**

